n° 49 / juin 09

statistiques en bref

Observatoire de la culture et des communications du Québec

APRÈS SEPT ANS DE CROISSANCE ININTERROMPUE, UN PREMIER RECUL DE VENTES DE LIVRES EN 2008

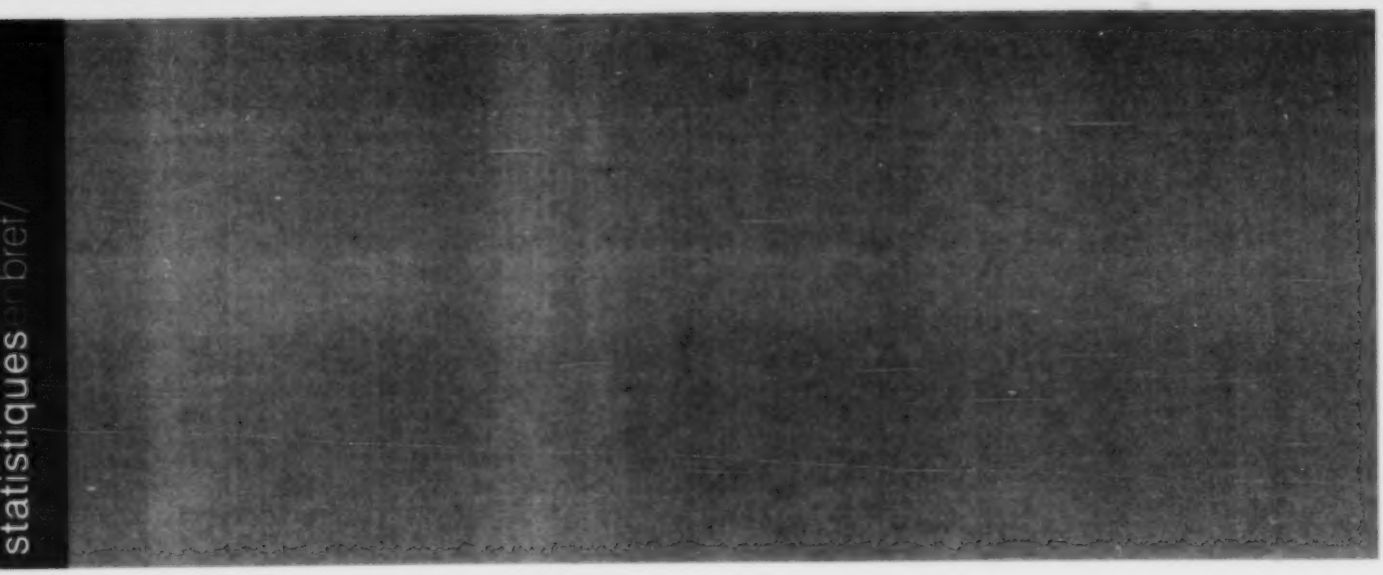
PAR BENOIT ALLAIRE,
CHARGÉ DE PROJET, OCCQ

L'année 2008 affiche un premier recul des ventes de livres au Québec depuis 2001. Au terme de ces huit années de croissance continue, il nous est apparu pertinent de tenter de dégager les principales tendances qui marquent l'évolution du marché du livre au cours de cette période. Ce bulletin présente donc une mise en situation des ventes de livres par rapport aux ventes d'autres produits, ainsi qu'une analyse de l'évolution des ventes de livres selon la catégorie de points de vente, tout en mettant l'accent sur les ventes des librairies selon le type de propriété et sur le rôle des maisons de distribution dans l'approvisionnement du réseau de détail.

Faits saillants

- Les ventes de livres ont reculé de 3,0 % en 2008, après avoir connu une croissance annuelle moyenne de 5,2 % de 2001 à 2007. Il s'agit de la première baisse depuis 2001.
- La part des maisons de distribution du Québec dans l'approvisionnement des librairies, coopératives, grandes surfaces et autres points de vente n'a cessé de diminuer, passant de 71,3 % en 2001 à 61,4 % en 2008.
- Les chaînes de librairies affichent une croissance annuelle moyenne de 8,5 % de leurs ventes de livres au cours de la période 2004-2008, faisant passer leur part de marché de 42,9 % à 49,0 %.
- À l'inverse, en excluant les coopératives en milieu scolaire, le taux de croissance annuel moyen des ventes de livres par les librairies indépendantes est de – 2,1 % et leur part de marché passe de 36,5 % à 28,2 %.

Québec



1. Une croissance suspendue

Les ventes finales de livres neufs des éditeurs, distributeurs[1], librairies, grandes surfaces et autres points de vente du Québec totalisent 810,1 M$ en 2008, soit une diminution de 25,0 M$ par rapport à 2007 ou 3,0 % (tableau 1). Il s'agit de la première baisse annuelle observée depuis le début de l'enquête en 2001. Rappelons que la croissance des ventes en 2007 avait été de 9,0 %.

Cette baisse radicale a un effet certain sur le taux de croissance annuelle moyen (TCAM) des ventes de livres. En effet, le TCAM est passé de 5,2 % pour la période 2001-2007 à 4,0 % pour 2001-2008, une perte de 1,2 point de pourcentage.

Le réseau de détail (librairies, grandes surfaces et autres points de vente) affiche la baisse la plus importante, soit 19,7 M$ ou 78,6 % de la diminution globale, tandis que sa part de marché est de 76,3 % en 2008 (tableau 2). Ce sont les ventes des grandes surfaces qui connaissent la plus forte baisse, soit 13,5 %, tandis que les librairies affichent une diminution inférieure à celle de l'ensemble des ventes finales, soit 1,3 %.

Près des deux tiers (63,2 %) des ventes finales de livres neufs se sont faites en librairie en 2008. Viennent ensuite les éditeurs (21,0 %), les grandes surfaces (9,0 %), les autres points de vente de la grande diffusion (4,2 %) et les distributeurs (2,7 %).

Tableau 1

Ventes finales[1] de livres neufs selon les points de vente, Québec, 2001-2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Variation 2007-2008	TCAM 2001-2008
	k$									%
Éditeurs	108 209,1	111 661,8	110 818,7	127 728,0	154 884,6	151 418,2	174 352,4	169 809,1	– 4 543	6,6
Distributeurs[2]	28 410,3	32 034,1	36 955,4	25 029,7	26 901,2	29 803,4	22 369,0	21 566,2	– 803	– 3,9
Librairies[3]	377 739,8	409 792,0	418 445,4	431 371,2	446 801,5	469 167,0	518 646,1	511 972,4	– 6 674	4,4
Grande diffusion[4]	101 867,3	93 681,7	94 062,8	80 910,3	102 366,5	115 938,5	119 767,4	106 778,1	– 12 989	0,7
Grandes surfaces[5]	86 338,5	76 662,7	73 999,5	61 046,2	84 707,1	96 485,4	84 022,3	72 683,5	– 11 339	..
Autres points de vente[5]	15 528,8	17 019,0	20 063,3	19 864,1	17 659,4	19 453,1	35 745,1	34 094,6	– 1 651	..
Ventes totales	**616 226,5**	**647 169,6**	**660 282,4**	**665 039,1**	**730 953,8**	**766 327,2**	**835 134,9**	**810 125,8**	**– 25 009**	**4,0**

1. Les ventes finales excluent la vente de livres destinés au marché de la revente.
2. Comprend les distributeurs de livres (SCACCQ 15302 02 et 15302 03), ainsi que certains éditeurs (SCACCQ 15204, 15205 et 15206) qui font aussi de la distribution de livres. Dans ce dernier cas, seules les ventes de distribution sont incluses.
3. Comprend les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
4. Ce montant est estimé à partir des ventes des distributeurs et des éditeurs à ces points de vente.
5. La méthode de comptabilisation des ventes des distributeurs sur le marché de la grande diffusion ayant changé en 2007, les données particulières des ventes des grandes surfaces et des autres points de vente de 2007 et 2008 ne sont pas comparables avec celles des années antérieures. Les comparaisons concernant l'ensemble du marché de la grande diffusion restent correctes.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

1. Comprend les distributeurs de livres (SCACCQ 15302 02 et 15302 03), ainsi que certains éditeurs (SCACCQ 15204, 15205 et 15206) qui font aussi de la distribution de livres. Dans ce dernier cas, seules les ventes de distribution sont incluses.

Tableau 2

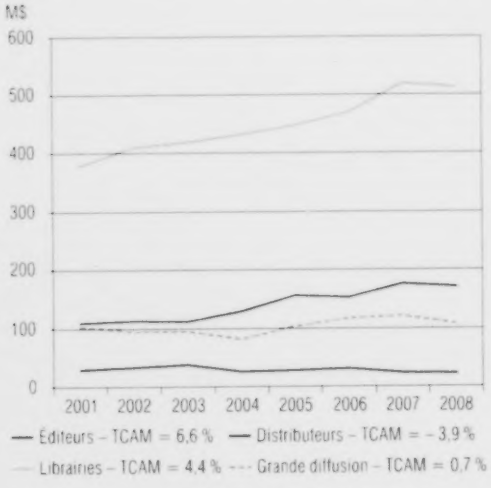
Répartition des ventes finales[1] de livres neufs selon les points de vente, Québec, 2001-2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					%			
Éditeurs	17,6	17,3	16,8	19,2	21,2	19,8	20,9	21,0
Distributeurs[2]	4,6	4,9	5,6	3,8	3,7	3,9	2,7	2,7
Librairies[3]	61,3	63,3	63,4	64,9	61,1	61,2	62,1	63,2
Grande diffusion[4]	16,5	14,5	14,2	12,2	14,0	15,1	14,3	13,2
Grandes surfaces[5]	14,0	11,8	11,2	9,2	11,6	12,6	10,1	9,0
Autres points de vente[5]	2,5	2,6	3,0	3,0	2,4	2,5	4,3	4,2
Ventes totales	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Les ventes finales excluent la vente de livres destinés au marché de la revente.
2. Comprend les distributeurs de livres (SCACCQ 15302 02 et 15302 03), ainsi que certains éditeurs (SCACCQ 15204, 15205 et 15206) qui font aussi de la distribution de livres. Dans ce dernier cas, seules les ventes de distribution sont incluses.
3. Comprend les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
4. Ce montant est estimé à partir des ventes des distributeurs et des éditeurs à ces points de vente.
5. La méthode de comptabilisation des ventes des distributeurs sur le marché de la grande diffusion ayant changé en 2007, les données particulières des ventes des grandes surfaces et des autres points de vente de 2007 et 2008 ne sont pas comparables avec celles des années antérieures. Les comparaisons concernant l'ensemble du marché de la grande diffusion restent correctes.

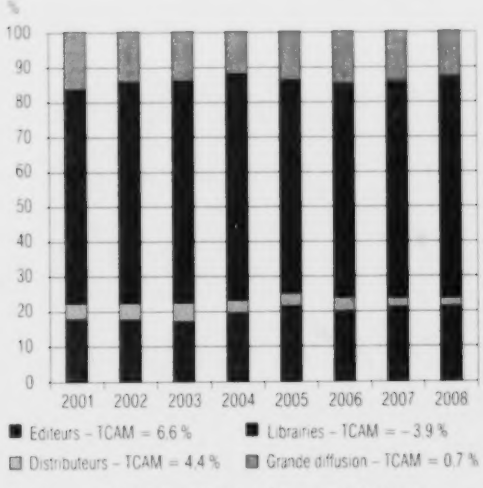
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 1
Ventes finales de livres neufs selon les points de vente, Québec, 2001-2008



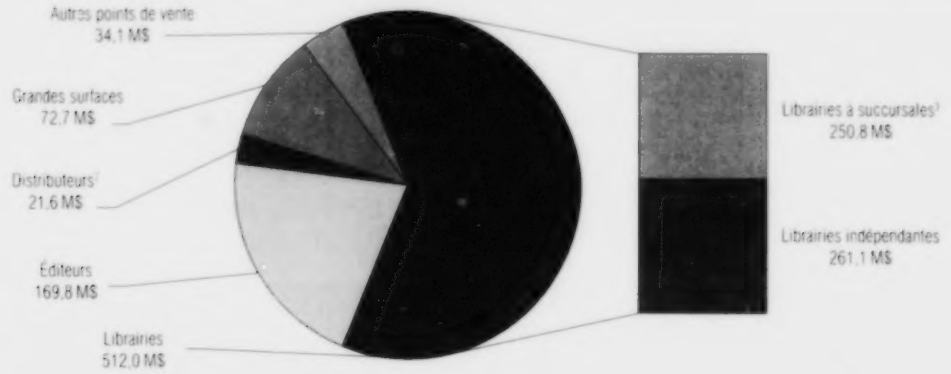
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 2
Répartition des ventes finales de livres neufs selon les points de vente, Québec, 2001-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 3
Répartition des ventes finales[1] de livres neufs selon la catégorie de points de ventes, Québec, 2008



1. Les ventes finales excluent la vente de livres destinés au marché de la revente.
2. Comprend les distributeurs de livres (SCACCQ 15302.02 et 15302.03), ainsi que certains éditeurs (SCACCQ 15204, 15205 et 15206) qui font aussi de la distribution de livres. Dans ce dernier cas, seules les ventes de distribution sont incluses.
3. Comprend les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
4. Librairies appartenant à une chaîne d'au moins quatre librairies.

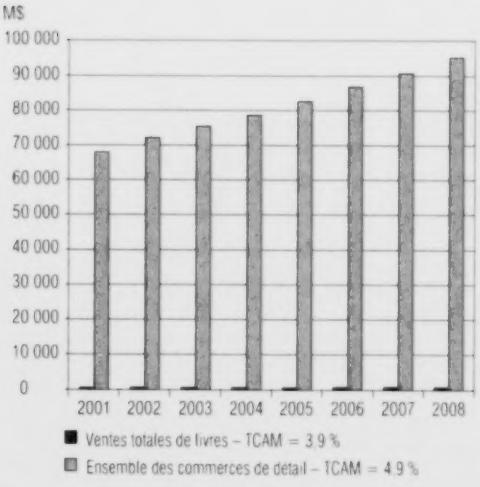
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Vendre 835,1 M$ ou 810,1 M$ de livres, est-ce beaucoup ou très peu ? Difficile à dire sans point de comparaison et il n'est pas facile d'établir des comparaisons strictement rigoureuses avec les données de l'enquête sur les ventes de livres. Toutefois, le but étant de donner ne serait-ce qu'une certaine idée de ce que signifie de telles ventes, la mise en perspective de la place de la vente de livres dans l'ensemble du commerce de détail et l'établissement de certaines comparaisons avec les ventes d'autres produits culturels peuvent être révélateurs.

1.1 Les ventes de livres dans le commerce de détail

Du point de vue de l'ensemble du commerce de détail, les ventes de livres neufs représentent une partie infime, mais tout de même perceptible (0,85 %) des 95,1 G$ de biens vendus au détail au Québec en 2008 (figure 4)[2]. En resserrant un peu plus notre perspective, on constate que les seules ventes de livres par les librairies (616,4 M$) équivalent à 21,7 % des ventes totales des magasins d'articles de loisirs[3] (figure 5).

Figure 4
Ventes au détail et vente de livres neufs, Québec, 2001-2008



Sources : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Statistique Canada, Enquête sur le commerce de détail.

2. Statistique Canada, Enquête sur le commerce de détail.
3. Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies. Statistique Canada, Enquête sur le commerce de détail.

De 2001 à 2008, la croissance des ventes de livres par les librairies a été légèrement inférieure à celle des autres biens, mais comparable à celle des ventes de magasins d'articles de loisir. Le TCAM des ventes de livres par les librairies y est de 4,4 %, celui des ventes de l'ensemble des commerces de détail est de 4,9 % et celui des ventes des magasins d'articles de loisirs s'établit à 4,7 %.

1.2 Les ventes de livres et celles d'autres produits culturels

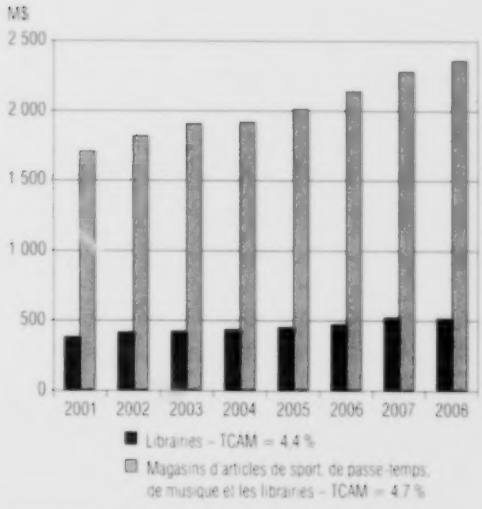
Parmi les ventes de tous les produits culturels, les ventes de livres occupent une place prépondérante (figure 6). Celles-ci représentent en effet plus de 5 fois les ventes de billets de cinéma et 4 fois les billets de spectacles. Une comparaison avec la télévision serait intéressante, mais les recettes d'exploitation de celle-ci provenant essentiellement de la vente de publicité aux annonceurs et non de la vente directe de produits culturels aux téléspectateurs, sauf en ce qui concerne la télévision payante, cette comparaison serait boiteuse. À titre d'information, mentionnons que les recettes d'exploitation des chaînes télévisuelles privées se sont élevées à 916,1 M$ en 2007[4].

Ces comparaisons des ventes de livres avec les ventes d'autres produits culturels permettent, encore une fois, de situer la valeur des ventes de livres. De plus, la croissance des ventes de livres, de 2001 à 2007, est supérieure à celle des autres produits culturels.

2. Les ventes de livres selon la catégorie de point de vente

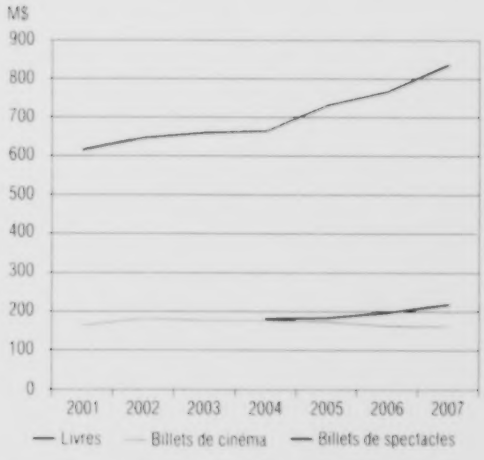
La répartition des ventes finales de livres selon les catégories de point de vente varie peu, mais certaines tendances méritent d'être examinées de plus près (tableau 2 et figure 2). D'une année à l'autre se confirme la domination des librairies, tandis que la part de la grande diffusion et des distributeurs diminue doucement, et que celle des éditeurs augmente régulièrement. Cet immobilisme apparent cache toutefois des changements notables au sein de chacune de ces catégories.

Figure 5
Ventes de livres et ventes des magasins d'articles de loisir, Québec, 2001-2008



Sources : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, Statistique Canada, Enquête sur le commerce de détail.

Figure 6
Ventes de certains produits culturels, Québec, 2001-2007



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

4 Statistique Canada, base de données sur la radiodiffusion.

Tableau 3

Ventes[1] nettes de livres neufs par les éditeurs selon le marché, Québec, 2001-2008[2]

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	TCAM 2001-2008
					k$				%
Ventes finales	108 209,1	111 661,8	110 818,7	127 728,0	154 884,6	151 418,2	174 352,4	169 809,1	6,6
Ventes sur le marché de la revente	61 307,3	69 391,9	55 200,4	54 324,5	60 416,5	65 216,0	61 597,1	64 515,7	0,7
Ventes nettes totales	**169 516,4**	**181 053,7**	**166 019,1**	**182 052,5**	**215 301,2**	**216 634,2**	**235 949,5**	**234 324,9**	**4,7**

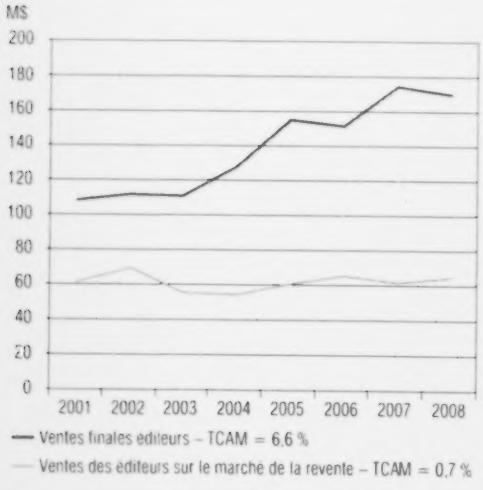
1. Ventes réalisées sans l'intermédiaire d'une maison de distribution.
2. Les totaux peuvent différer de la somme des parties à cause de l'arrondissement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2.1 Les ventes des éditeurs[5]

L'Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs (EMVL) menée par l'OCCQ ne couvre qu'une partie de toutes les ventes de livres neufs par les éditeurs, soit les ventes effectuées directement sur le marché de la revente[6] et sur le marché de la vente finale[7]. Les ventes des éditeurs réalisées par l'intermédiaire d'une maison de distribution sont donc exclues des compilations relatives aux ventes des éditeurs. Cette façon de faire permet d'éliminer les doubles comptes. Par conséquent, l'expression « ventes des éditeurs » désigne uniquement les ventes directes des éditeurs aux librairies et coopératives, aux grandes surfaces, aux collectivités et aux particuliers. Ces données ne peuvent être utilisées pour évaluer la situation financière des éditeurs, puisqu'un grand nombre d'éditeurs confient la plus grande partie, sinon la totalité, de leurs ventes à une maison de distribution. Elles sont toutefois essentielles pour étudier l'évolution des flux financiers dans l'industrie du livre.

Figure 7
Ventes nettes de livres neufs par les éditeurs selon le marché, Québec, 2001-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les ventes totales des éditeurs sont passées de 235,9 M$ en 2007 à 234,3 M$ en 2008, une baisse de 0,7 % (tableau 3). Cette variation ne tient toutefois pas compte des différences observées selon les marchés. En effet, les ventes des éditeurs sur le marché de la revente affichent une hausse de 4,7 % tandis que les ventes sur le marché de la vente finale ont reculé de 2,6 % en 2008. La prépondérance des ventes finales, par rapport aux reventes, dans les résultats de l'enquête explique qu'au total, on observe une baisse des ventes. De plus, la part des ventes finales dans les ventes totales n'a cessé d'augmenter depuis 2001 (figure 7). Celle-ci était alors de 63,8 %, tandis qu'elle est de 72,5 % en 2008. Cette tendance se reflète dans l'écart entre les TCAM des ventes sur ces deux marchés : le TCAM des ventes des éditeurs sur le marché de la revente est de 0,7 % et celui des ventes finales est de 6,6 %.

5. À moins d'indication contraire, toutes les ventes des éditeurs sont des ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.
6. Le marché de la revente est constitué des librairies, y compris les coopératives en milieu scolaire, les grandes surfaces et les autres points de vente.
7. Le marché de la vente finale est constitué des particuliers et des collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.

Tableau 4

Ventes nettes[1] de livres neufs par les éditeurs sur le marché de la vente finale selon la catégorie de livres, Québec, 2007-2008[2]

	2007		2008		Variation 2007-2008
	k$	%	k$	%	%
Livres de littérature générale[3]	9 773,9	15,9	10 088,1	15,6	3,2
Manuels scolaires[4]	15 552,4	25,2	17 960,6	27,8	15,5
Livres didactiques[5]	36 270,9	58,9	36 467,1	56,5	0,5
Ventes nettes totales	**61 597,1**	**100,0**	**64 515,7**	**100,0**	**4,7**

1. Les ventes nettes égalent aux ventes moins les retours.
2. Les totaux peuvent différer de la somme des parties à cause de l'arrondissement.
3. Tous les livres qui ne sont pas destinés à l'enseignement.
4. Livres destinés à l'enseignement préscolaire, primaire et secondaire.
5. Livres destinés à l'enseignement collégial et universitaire.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2.1.1 Les ventes finales des éditeurs selon la catégorie de livre

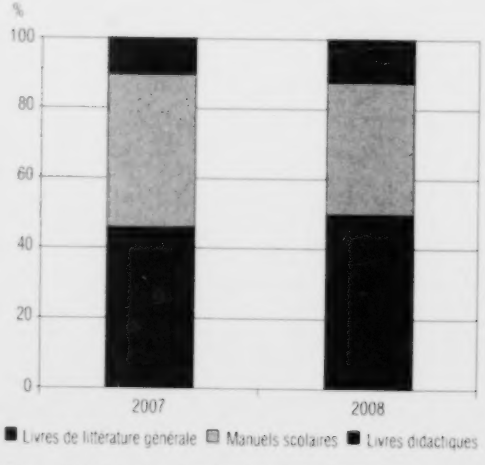
Plusieurs utilisateurs sont surpris en apprenant que les éditeurs réalisent des ventes finales, des ventes qui ne transitent pas par un intermédiaire. Ils le sont encore plus en constatant que ces ventes représentent plus de 20 % des ventes totales de livres neufs au Québec. Cette surprise s'explique par le fait que les livres scolaires sont souvent oubliés dans l'image que d'aucuns se font de l'industrie du livre, et que les livres scolaires, surtout les manuels scolaires, obéissent à une commercialisation différente.

Le lecteur notera que le caractère confidentiel de certaines données empêche la diffusion des données de ventes des éditeurs selon le marché et la catégorie de livre des années 2001 à 2006.

L'édition scolaire occupe donc une part importante des ventes finales de livres, mais pas l'ensemble de celles-ci, au contraire. En 2008, les ventes finales de livres de littérature générale[8] s'élèvent à 84,4 M$ (en hausse de 5,7 %), celles des manuels scolaires[9] à 64,3 M$ (baisse de 15,9 %) et celles des livres didactiques[10] à 21,1 M$ (hausse de 17,0 %) (tableau 4).

Comme le laissent deviner les écarts importants de croissance des ventes entre 2007 et 2008 selon la catégorie de livre, la répartition des ventes entre celles-ci est assez variable. Néanmoins, les livres de littérature générale ont accaparé une plus grande part des ventes finales des éditeurs en 2008, soit 49,7 % au lieu de 45,8 % en 2007.

Figure 8
Ventes nettes de livres neufs par les éditeurs sur le marché de la vente finale selon la catégorie de livre, Québec, 2007-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

8. Tous les livres qui ne sont pas destinés à l'enseignement.
9. Livres destinés à l'enseignement préscolaire, primaire et secondaire.
10. Livres destinés à l'enseignement collégial et universitaire.

Tableau 5

Ventes nettes[1] de livres neufs par les éditeurs sur le marché de la revente selon la catégorie de livres, Québec, 2007-2008[2]

	2007		2008		Variation 2007-2008
	k$	%	k$	%	%
Livres de littérature générale[3]	9 773,9	15,9	10 088,1	15,6	3,2
Manuels scolaires[4]	15 552,4	25,2	17 960,6	27,8	15,5
Livres didactiques[5]	36 270,9	58,9	36 467,1	56,5	0,5
Ventes nettes totales	**61 597,1**	**100,0**	**64 515,7**	**100,0**	**4,7**

1 Les ventes nettes égalent aux ventes moins les retours.
2 Les totaux peuvent différer de la somme des parties à cause de l'arrondissement.
3 Tous les livres qui ne sont pas destinés à l'enseignement.
4 Livres destinés à l'enseignement préscolaire, primaire et secondaire.
5 Livres destinés à l'enseignement collégial et universitaire.

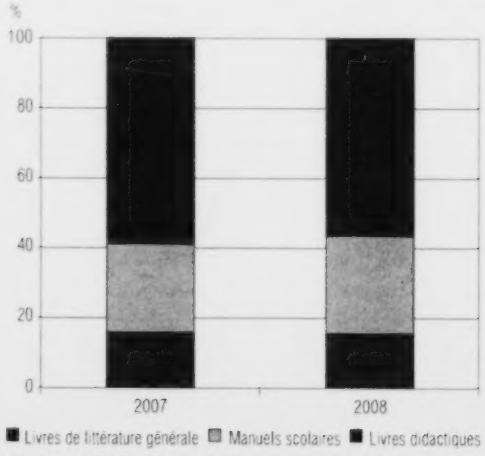
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2.1.2 Les ventes des éditeurs sur le marché de la revente selon la catégorie de livre

Le portrait des ventes des éditeurs sur le marché de la revente est passablement différent de celui de la vente finale. Les livres de littérature générale y occupent une place bien moindre avec seulement 15,6 % des ventes en 2008. Il ne s'agit toutefois pas d'une surprise, puisque beaucoup d'éditeurs optent plutôt d'approvisionner ce marché par le biais des maisons de distribution (tableau 5).

Les manuels scolaires affichent aussi une part moindre sur ce marché (27,8 %) avec des ventes de 18,0 M$ en 2008, 3 fois moins que sur le marché de la vente finale. À l'inverse, les éditeurs de livres didactiques privilégient le marché de la revente en accaparant 56,5 % des ventes des éditeurs sur celui-ci, soit 36,5 M$ en 2008. Il s'agit environ du double de ce qu'ils vendent sur le marché de la vente finale. On peut supposer qu'étant donné qu'il s'agit de livres destinés à l'enseignement collégial ou universitaire, la plupart de ces ventes sont effectuées auprès des coopératives en milieu scolaire.

Figure 9
Ventes nettes de livres neufs par les éditeurs sur le marché de la revente selon la catégorie de livre, Québec, 2007-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2.2 Les ventes de distribution[11]

Les maisons de distribution jouent un rôle capital dans l'acheminement des idées des auteurs vers leur destination finale : les lecteurs. Souvent perçues à tort comme de simples rouages industriels, les maisons de distribution doivent déployer une connaissance approfondie des caractéristiques du marché du livre au Québec, des différentes productions éditoriales de même que des techniques de mise en circulation des livres qui assurent à la fois l'accessibilité aux livres pour les lecteurs et la rentabilité des opérations qui y sont reliées.

Tous les maillons de la chaîne du livre ont donc intérêt à ce que les maisons de distribution québécoises soient vigoureuses. Dans cette optique, l'évolution des ventes de distribution, tant sur le marché des ventes finales que sur celui de la revente, laisse perplexe.

L'évolution des ventes finales de distribution se caractérise par une croissance relativement importante de 2001 à 2003, tant en volume qu'en parts de marché, suivie d'une chute brutale en 2004 et d'un léger redressement en 2005 et en 2006 (figures 1 et 10). Ce redressement ne s'est pas poursuivi en 2007, ni en 2008, et les ventes finales de distribution ont atteint un nouveau plancher, soit 21,6 M$, une diminution de 3,6 % par rapport à 2007 (tableau 6). Rappelons que le TCAM de ces ventes est de – 3,9 %.

Tableau 6

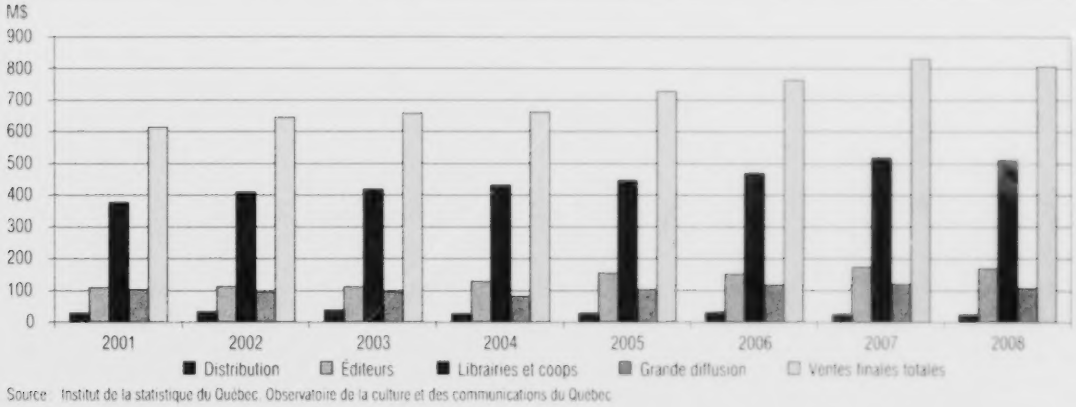
Ventes nettes[1] de livres neufs par les distributeurs selon le marché, Québec, 2001-2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	TCAM[2]
				k$					%
Ventes finales[3]	28 412,3	32 034,1	36 955,4	25 029,7	26 901,2	29 803,4	22 369,0	21 566,2	– 3,9
Ventes sur le marché de la revente[4]	231 568,1	239 586,2	239 757,6	215 101,8	250 989,6	266 968,1	282 589,9	258 064,7	1,0
Total des ventes	**258 980,4**	**271 620,4**	**276 713,1**	**240 131,5**	**277 890,8**	**296 771,5**	**304 958,9**	**279 630,9**	**1,6**

1. Ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.
2. Taux de croissance annuelle moyen.
3. Les ventes finales sont des ventes aux particuliers et aux collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.
4. Le marché de la revente est constitué des librairies, des coops en milieu scolaire, des grandes surfaces et autres points de vente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 10
Ventes finales de livres neufs selon la catégorie de points de vente, Québec, 2001-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

11. L'expression « ventes de distribution » désigne principalement les ventes réalisées par les distributeurs, mais comprend aussi les ventes des éditeurs qui distribuent les livres d'autres éditeurs, ainsi que les ventes de livres réalisées par des distributeurs qui vendent principalement d'autres produits. Dans les tableaux et figures, « ventes de distribution » et « distributeurs » sont synonymes.

Les ventes de distribution sur le marché de la revente, le principal marché pour les distributeurs, s'élèvent à 258,1 M$ en 2008, en baisse de 8,7 % par rapport à 2007 (282,6 M$). Cette chute est 2 fois plus importante que celle de l'ensemble des ventes finales, tous points de vente confondus, qui, rappelons-le, est de 4,0 %. La moitié des maisons de distribution affichent un recul sur ce marché en 2008 et parmi celles-ci, on remarque 3 des 5 plus importants établissements.

Ce repli important des ventes de distribution sur le marché de la revente en 2008 affecte considérablement son taux croissance, celui-ci atteignant à peine 1,0 % pour la période 2001-2008. Par comparaison, le TCAM des ventes du réseau de détail, qui sont les établissements du marché de la revente, est de 3,7 %.

Cette situation suscite une question intéressante : comment se fait-il que la croissance de l'approvisionnement du réseau de détail par les maisons de distribution soit à ce point plus faible que celle des ventes du même réseau, quand on sait que son approvisionnement par les éditeurs affiche une croissance nulle ? Nous reviendrons un peu plus loin sur cette délicate question.

2.2.1 Les ventes finales de distribution selon la catégorie de marché

Encore une fois, le caractère confidentiel des données de ventes finales de distribution selon la catégorie de marché de 2001 à 2006 nous interdit de publier les données de cette période. La publication des données de 2007 et de 2008 est cependant possible.

Les ventes finales de distribution, 21,6 M$ en 2008, sont pour leur plus grande part des ventes hors Québec. Celles-ci constituent 82,9 % des ventes en 2008 et 77,5 % en 2007, pour des valeurs respectives de 17,8 M$ et de 17,3 M$ (tableau 7). Il s'agit du seul marché où les ventes de distribution enregistrent une augmentation en 2008, soit 3,1 %.

Les ventes aux collectivités et les ventes aux particuliers se répartissent à peu près également le reste. Les ventes aux collectivités se sont élevées à 1,8 M$ en 2008, un recul de 23,7 % par rapport à 2007, tandis que les ventes aux particuliers (1,9 M$) ont enregistré une baisse de 29,1 %.

Tableau 7

Ventes nettes[1] de livres neufs par les distributeurs selon les marchés de la vente finale[2], Québec, 2007-2008

	2007		2008		Variation
	k$	%	k$	%	%
Collectivités – Livres généraux et scolaires	2 387,7	10,7	1 821,9	8,4	–23,7
Ventes directes et VPC	2 634,6	11,8	1 866,7	8,7	–29,1
Hors Québec	17 346,7	77,5	17 877,5	82,9	3,1
Total des ventes finales	**22 369,0**	**100,0**	**21 566,2**	**100,0**	**–3,6**

1. Ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.
2. Les ventes finales sont des ventes aux particuliers et aux collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2.2.2 Les ventes de distribution sur le marché de la revente selon la catégorie de marché

Rappelons que les ventes de distribution sur le marché de la revente se sont élevées à 258,1 M$ en 2008. De ce montant, 168,0 M$ ou 65,1 %, proviennent des librairies et 90,0 M$ (34,9 %) des établissements de grande diffusion (grandes surfaces et autres points de vente) (tableaux 8 et 9). Cette répartition des ventes de distribution au réseau de détail est semblable à celle des années précédentes. Pour l'ensemble de la période 2001-2008, la part des ventes de distribution aux librairies est en moyenne de 65,5 %.

Par rapport à 2007, la baisse généralisée des ventes au réseau de détail (8,7 %) provient surtout du marché de la grande diffusion. En effet, les ventes aux librairies ont baissé de 7,3 %, tandis que les ventes au marché de la grande diffusion ont reculé de 11,1 % en 2008. Dans ce dernier marché, ce sont surtout les ventes aux grandes surfaces qui ont enregistré le recul le plus important en affichant une baisse de 14,0 %. De leur côté, les ventes aux autres points de vente ont diminué de 4,6 %.

Bien que la répartition des ventes de distribution selon les différents marchés de la revente varie peu, le TCAM des ventes aux librairies, 1,9 % est légèrement supérieur à celui des ventes aux établissements de grande diffusion (0,9 %). Rappelons que le TCAM de l'ensemble des ventes au réseau de détail est de 1,6 %.

Tableau 8

Ventes nettes[1] de livres neufs par les distributeurs pour les marchés de la revente, Québec, 2001-2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	TCAM
					k$				%
Librairies et coops	146 848,6	160 523,8	161 502,7	147 681,8	164 161,2	168 913,5	181 296,4	168 033,3	1,9
Ventes	203 837,5	220 990,9	223 549,6	203 966,8	224 630,6	233 553,8	250 041,4	242 649,1	2,5
Retours	56 988,9	60 467,1	62 046,9	56 284,9	60 469,4	64 640,3	68 745,0	74 615,8	3,9
Grande diffusion[2]	84 719,5	79 062,4	78 254,9	67 419,9	86 828,4	98 054,6	101 293,5	90 031,3	0,9
Ventes	104 820,7	105 276,0	100 252,0	87 584,1	105 703,9	131 554,9	145 668,6	135 714,9	3,8
Retours	20 101,1	26 213,6	21 997,1	20 164,1	18 875,5	33 500,3	44 375,1	45 683,6	12,4
Ventes totales	**231 568,1**	**239 586,2**	**239 757,6**	**215 101,8**	**250 989,6**	**266 968,1**	**282 589,9**	**258 064,7**	**1,6**

1. Ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.
2. Ventes des grandes surfaces et des autres points de vente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 9

Répartition des ventes nettes[1] de livres neufs par les distributeurs pour les marchés de la revente, Québec, 2001-2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					%			
Librairies et coops	63,4	67,0	67,4	68,7	65,4	63,3	64,2	65,1
Grande diffusion[2]	36,6	33,0	32,6	31,3	34,6	36,7	35,8	34,9
Ventes totales	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.
2. Ventes des grandes surfaces et des autres points de vente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2.2.3 Les retours

Le traitement des invendus constitue une partie non négligeable des opérations de distribution de livres. Dimension essentielle de la commercialisation du livre, encadrée par la loi 51[12], la mise à « l'office » consiste à acheminer les livres aux points de vente, telles les librairies, et à les y laisser pendant quelques mois. À la fin de cette période, le libraire décide s'il achète le livre ou s'il le retourne. Dans tous les cas, les livres acheminés aux points de vente sont considérés comme des « ventes ». Les livres qui sont retournés sont appelés des « retours ». En déduisant les retours des ventes, nous obtenons les « ventes nettes ».

Ce qui semble une banale question de facturation revêt une importance considérable, puisque le coût du traitement des livres en circulation se répercute sur le prix des livres et, éventuellement, sur la situation financière, tant des éditeurs et des libraires, que des distributeurs. Tous les acteurs de la filière ont donc intérêt à maintenir le poids de l'office le plus bas possible.

Dans l'industrie, l'expression « taux de retour » s'applique la plupart du temps au rapport entre les ventes et les retours des nouveautés. L'enquête mensuelle sur les ventes de livres neufs de l'OCCQ, ne faisant pas de distinction entre les nouveautés et les livres de fond, nous utilisons l'expression « ratio des retours sur les ventes ».

Outre l'augmentation du ratio des retours des librairies en 2008, qui passe de 27,5 % à 30,8 %, celui-ci est assez stable. Il affiche une moyenne de 27,9 % de 2001 à 2007 avec très peu d'écart autour de celle-ci. Néanmoins, le TCAM des retours est supérieur à celui des ventes, qui sont respectivement de 3,9 % et 2,5 %. Il en va autrement en ce qui concerne les retours de la grande diffusion.

À l'exception de 2007 et de 2008, les ratios de retours de la grande diffusion ont toujours été inférieurs à ceux des librairies depuis 2001. Toutefois, les ententes de commercialisation étant passablement différentes entre le marché de la grande diffusion et celui des librairies, il serait erroné de poursuivre la comparaison. Comparés à eux-mêmes, les ratios de retour de la grande diffusion présentent une importante variabilité. Par exemple, le ratio des retours était de 17,9 % en 2005, tandis qu'il était de 25,5 % en 2006.

Les taux plus élevés observés en 2007 et 2008 sont dus à des facteurs contingents : certains distributeurs ont modifié leur manière de comptabiliser les retours, tandis que d'autres ont réduit le délai de retour. Ce dernier point n'influe toutefois pas les ratios annuels.

Les ratios annuels ont l'inconvénient de masquer les variations mensuelles et, ainsi, d'amoindrir l'effet des retours sur le marché. Le tableau 10 montre les ratios mensuels maximum et minimum de chaque année selon les marchés. Sur le marché des librairies, il y a des mois où le montant des retours est pratiquent équivalent à la moitié des ventes (49,9 % en février 2008), tandis que sur le marché de la grande diffusion, certains ratios mensuels dépassent 60 % des ventes (62,3 % des ventes en janvier 2008).

Tableau 10

Ratios[1] des retours sur les ventes de livres neufs par les distributeurs pour les marchés de la revente, Québec, 2001-2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					%			
Librairies et coops	28,0	27,4	27,8	27,6	26,9	27,7	27,5	30,8
Ratio mensuel maximum	56,4	39,8	44,3	43,4	39,0	45,9	45,5	49,9
Ratio mensuel minimum	15,8	15,0	15,4	14,5	14,0	16,6	15,7	17,6
Grande diffusion	19,2	24,9	21,9	23,0	17,9	25,5	30,5	33,7
Ratio mensuel maximum	30,6	35,9	35,6	38,6	26,6	35,4	67,0	62,3
Ratio mensuel minimum	11,9	15,8	16,6	11,5	13,2	18,2	15,8	21,8

1 Ratio annuel et ratios mensuels

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

12 Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre.

2.2.4 Valeur des ventes sur le réseau de détail

Il reste à comprendre pourquoi les ventes de distribution au réseau de détail augmentent plus lentement que les ventes de ce même réseau. L'analyse de l'évolution de la *valeur* des ventes de distribution à ce réseau et de la répartition des ventes de celui-ci selon l'approvisionnement permettra d'y voir un peu plus clair.

Pour comparer les ventes de distribution sur le marché de la revente (ou réseau de détail) avec les ventes finales, il faut tenir compte du prix de détail dans les deux cas. On calcule donc la *valeur* des ventes de distribution sur le marché de la revente au prix de détail. Cette opération est nécessaire puisque, dans l'EMVL, les ventes finales des distributeurs sont exprimées selon le prix de détail suggéré par le fabricant (PDSF), tandis que les ventes sur le marché de la revente sont exprimées selon le PDSF moins l'escompte normalement consenti au détaillant, soit 38 % en moyenne[13], pour les ventes par les librairies et les coopératives. En ce qui concerne les ventes de livres par les grandes surfaces et les autres points de vente, les ventes des distributeurs à ces points de vente sont majorées de 15 %, ce qui correspond en moyenne à l'écart entre le prix du distributeur et le prix payé par le consommateur.

En ajoutant la valeur de ces escomptes aux ventes des distributeurs dans le réseau de détail, on obtient la *valeur* de ces ventes au prix de détail (tableau 11). Par exemple, les ventes de distribution au réseau de détail s'élèvent à 258,1 M$ en 2008 (tableau 6) et la valeur de ces ventes au prix de détail est estimée à 380,0 M$ (tableau 11), soit 61,4 % de toutes les ventes de livres par les établissements du réseau de détail (tableau 12). Cette proportion est en baisse par rapport à celle de 2007 (65,0 %). Rappelons que la part de la distribution sur le marché de la revente avait atteint le plancher de 62,4 % en 2004.

Tableau 11

Valeur des ventes de livres neufs par le réseau de détail[1] et ventes finales[2] selon la catégorie de point de vente, Québec, 2001-2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	TCAM[3]
					k$				%
Ventes du réseau de détail	479 607,2	503 473,7	512 508,3	512 281,4	549 168,0	585 105,5	638 413,5	618 750,4	3,7
Valeur des ventes de distribution[4,5]	342 175,1	354 427,4	354 830,6	319 867,9	369 329,1	390 040,4	414 723,2	379 953,8	1,5
Valeur des ventes des éditeurs québécois et des fournisseurs étrangers[4]	137 432,1	149 046,3	157 677,6	192 413,5	179 838,8	195 065,1	223 690,3	238 796,7	8,2
Ventes finales de distribution	28 412,3	32 034,1	36 955,4	25 029,7	26 901,2	29 803,4	22 369,0	21 566,2	– 3,9
Ventes finales des éditeurs	108 209,1	111 661,8	110 818,7	127 728,0	154 884,6	151 418,2	174 352,4	169 809,1	6,6
Total des ventes finales	**616 228,5**	**647 169,6**	**660 282,4**	**665 039,1**	**730 953,8**	**766 327,2**	**835 134,9**	**810 125,8**	**4,0**

1. Le réseau de détail comprend les librairies, les magasins à grande surface et les autres points de vente (tabagies, animaleries, etc.).
2. Les ventes finales sont des ventes aux particuliers et aux collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.
3. Taux de croissance annuelle moyen.
4. La valeur des ventes est calculée sur la base des ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.
5. Données révisées. Une méthode de calcul de l'estimation de la valeur des ventes de distribution aux librairies plus appropriée a été utilisée pour chaque année. La nouvelle méthode a un effet important sur la valeur des ventes de distribution sur le réseau de détail, mais aucun sur son taux de croissance.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

13. Il s'agit d'une moyenne pondérée, l'escompte étant de 40 % pour les livres de littérature générale et de 30 % pour les livres didactiques.

Tableau 12

Répartition de la valeur des ventes de livres neufs par le réseau de détail[1] et ventes finales[2] selon la catégorie de point de vente, Québec, 2001-2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%							
Ventes du réseau de détail	77,8	77,8	77,6	77,0	75,1	76,4	76,4	76,4
Valeur des ventes de distribution[4,5]	71,3	70,4	69,2	62,4	67,3	66,7	65,0	61,4
Valeur des ventes des éditeurs québécois et des fournisseurs étrangers[4]	28,7	29,6	30,8	37,6	32,7	33,3	35,0	38,6
Ventes finales de distribution	4,6	4,9	5,6	3,8	3,7	3,9	2,7	2,7
Ventes finales des éditeurs	17,6	17,3	16,8	19,2	21,2	19,8	20,9	21,0
Total des ventes finales	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1 Le réseau de détail comprend les librairies, les magasins à grande surface et les autres points de vente (tabagies, animaleries, etc.).

2 Les ventes finales sont des ventes aux particuliers et aux collectivités. Ces livres ne sont pas destinés à la revente.

3 Taux de croissance annuelle moyen.

4 La valeur des ventes est calculée sur la base des ventes nettes, c'est-à-dire les ventes moins les retours.

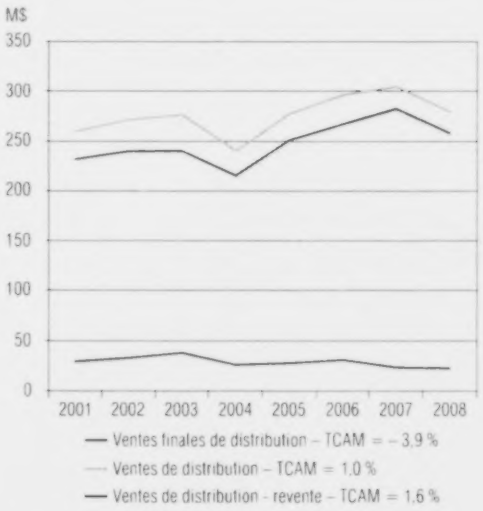
5 Données revisées par rapport à celles du *Statistiques en bref* n° 46. Une méthode de calcul de l'estimation de la valeur des ventes de distribution aux librairies plus appropriée a été utilisée pour chaque année. La nouvelle méthode a un effet important sur la valeur des ventes de distribution sur le réseau de détail, mais aucun sur son taux de croissance.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Non seulement la part de la distribution sur le marché de la revente a diminué entre 2001 et 2008, passant de 71,3 % à 61,4 %, mais la valeur de ces ventes n'a augmenté en moyenne que de 1,5 % annuellement au cours de la même période, tandis que les ventes du réseau de détail ont crû annuellement de 3,7 %.

Cette croissance mitigée des ventes de distribution sur le marché de la revente, plus lente que celle de l'ensemble du marché, combinée à la forte baisse des ventes sur le marché de la vente finale, se répercute évidemment sur la part de la distribution québécoise du marché global de la vente de livres. En effet, tandis qu'en 2001 la valeur des ventes de distribution (342,2 M$) combinée aux ventes finales de distribution (28,4 M$) représentaient 60,1 % du total des ventes finales de livres (616,2 M$), cette part diminue à 49,6 % des 810,1 M$ de livres neufs vendus en 2008.

Figure 11
Ventes nettes de livres neufs par les distributeurs selon le marché, Québec, 2001-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

La figure 12 illustre ce recul de la distribution québécoise sur son marché, avec une rupture marquée en 2004, mais elle montre aussi l'importance du poids économique et du rôle stratégique de ces acteurs dans toute la chaîne du livre au Québec. Ces 8 années ne représentent pas une très longue période, mais suffisamment étendue pour permettre d'affirmer que ce repli de la distribution, malgré une légère remontée en 2006, n'est probablement pas un accident de parcours. Il semble de plus en plus que le rôle traditionnel de la distribution dans la chaîne du livre entre dans une phase de transformation.

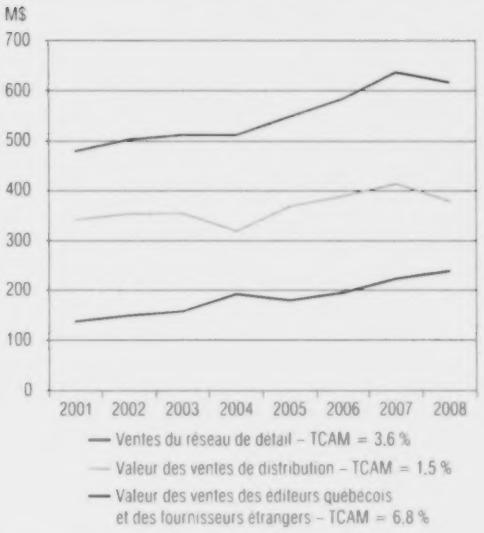
Nous avons vu que, malgré une hausse exceptionnelle jusqu'à 69,4 M$ en 2002, l'approvisionnement direct du réseau de détail par les éditeurs (voir figure 7) est resté à peu près stable – TCAM de 0,7 % – au cours de la période de référence, passant de 61,3 M$ en 2001 à 64,5 M$ en 2008 (tableau 3).

Par conséquent, sur le marché de la revente, la diminution de la part de marché de la distribution s'expliquerait plutôt par l'approvisionnement croissant des librairies et des coopératives scolaires auprès de fournisseurs étrangers. Étant donné que, dans l'EMVL, les ventes du marché de la grande diffusion sont estimées à partir des ventes des distributeurs à ces points de vente, l'approvisionnement de ceux-ci par les fournisseurs étrangers ne peut être mesuré par l'enquête. C'est pourquoi le recul de la distribution québécoise sur le réseau de détail ne concerne que les librairies et les coopératives.

En pratique, les « fournisseurs étrangers » sont des éditeurs européens ou des distributeurs canadiens d'autres provinces. On suppose qu'une partie de cet approvisionnement s'explique par les commandes spéciales de librairies auprès d'éditeurs étrangers dont les livres ne sont pas diffusés au Québec. En général, il ne s'agit toutefois pas de volumes très importants.

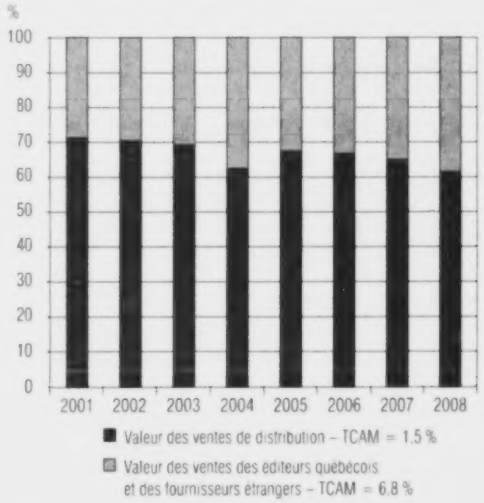
Plus important est l'approvisionnement des librairies et coopératives de livres en anglais par les distributeurs canadiens, bien que nous ne puissions le mesurer directement. S'il y a une préoccupation à cet égard, ce n'est pas tant que cette distribution se fasse à partir des distributeurs canadiens, c'est surtout que le livre en anglais tienne une part de marché de plus en plus importante sur le marché québécois.

Figure 12
Valeur des ventes de livres neufs par le réseau de détail selon l'approvisionnement, Québec, 2001-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 13
Répartition de la valeur des ventes de livres neufs par le réseau de détail selon l'approvisionnement, Québec, 2001-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2.3 Les ventes des librairies

Les ventes des librairies et coopératives ont reculé à 512,0 M$, soit 6,7 M$ de moins qu'en 2007, un fléchissement de 1,3 % (tableau 1). Les ventes des librairies et coopératives représentent 63,2 % des ventes totales de livres neufs en 2008 (tableau 2), une légère augmentation de 1,1 point de pourcentage par rapport à l'année précédente.

Dans l'ensemble, les librairies et coopératives ont mieux fait en 2008 que les établissements du marché de grande diffusion. Les ventes de livres de ceux-ci ont baissé de 10,8 % (13,0 M$) et leur part de marché s'est réduite de 1,1 point. Tout compte fait, les gains des librairies et coopératives, en termes de part de marché, ont été faits aux dépens de la grande diffusion, les parts des autres points de vente étant stables.

Les variations des ventes des librairies et coopératives dépendent de plusieurs caractéristiques. Ce qui peut-être avéré pour certains types de librairies ne l'est pas nécessairement pour d'autres. Nous avons donc analysé l'évolution des ventes des librairies selon deux dimensions : le type de propriété et la situation géographique.

2.3.1 Ventes des librairies selon le type de propriété

Les librairies peuvent être classées selon 3 types de propriété : les librairies à succursales, les librairies indépendantes et les coopératives en milieu scolaire. Les librairies à succursales sont des librairies appartenant à une chaîne d'au moins 4 succursales. Les statistiques diffusées habituellement par l'OCCQ sur les ventes de livres des librairies indépendantes comprennent à la fois les ventes des librairies et des coopératives en milieu scolaire. Dans le contexte de ce bulletin, l'expression « librairies indépendantes » désigne les librairies indépendantes qui ne sont pas des coopératives en milieu scolaire.

Depuis 2004, première année pour laquelle des données sur les ventes des librairies selon le type de propriété sont disponibles, la part des librairies à succursales n'a cessé d'augmenter, sauf en 2005. Cette part, qui était de 42,0 % en 2004, soit 181,3 M$, est passée à 49,0 % (250,8 M$) en 2008 (tableau 13). Cette augmentation des ventes n'est pas seulement relative, elle signifie un taux de croissance près de 2 fois plus élevé que celui des ventes totales des librairies. En effet, le TCAM des librairies à succursales s'établit à 8,5 %, tandis que celui de l'ensemble des librairies est de 4,4 %. Ce qui signifie une croissance beaucoup plus faible pour les autres types de librairies.

Tableau 13

Ventes de livres neufs par les librairies[1] selon le type de propriété, Québec, 2004-2008

	2004		2005		2006		2007		2008		TCAM
	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%	%
Librairies à succursales[2]	181 330,1	42,0	182 879,5	40,9	205 698,3	43,8	252 713,7	48,7	250 841,9	49,0	8,5
Librairies indépendantes[3]	157 466,0	36,5	167 165,7	37,4	156 124,9	33,3	146 246,5	28,2	144 429,6	28,2	-2,1
Coops scolaires	92 575,0	21,5	96 756,2	21,7	107 343,8	22,9	119 686,0	23,1	116 700,9	22,8	6,0
Ventes totales	**431 371,2**	**100,0**	**446 801,5**	**100,0**	**469 167,0**	**100,0**	**518 646,1**	**100,0**	**511 972,4**	**100,0**	**4,4**

1. Comprend les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).
2. Librairies appartenant à une chaîne d'au moins quatre librairies.
3. Sans les coops scolaires.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

En ce qui concerne les librairies indépendantes, on ne peut plus parler de croissance. La part de marché des librairies indépendantes, pour la même période, s'est rétrécie de 8,3 points de pourcentage, passant de 36,5 % (157,5 M$) à 28,2 % (144,4 M$). Par conséquent, le TCAM des ventes de livres par les librairies indépendantes affiche une valeur négative, soit – 2,1 %.

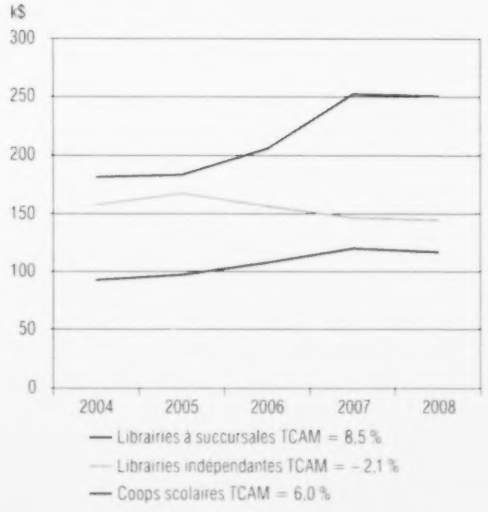
Les ventes de livres par les coopératives en milieu scolaire représentent une part importante, peut-être insoupçonnée, du marché du livre. Cette part, relativement stable, était de 21,5 % en 2004 et de 22,8 % en 2008. Leurs ventes de livres passant de 92,6 M$ à 116,7 M$ au cours de cette le période, le TCAM s'établit à 6,0 %.

Dans un contexte général d'expansion du marché du livre, malgré le recul de 2008, la situation dissonante des librairies indépendantes laisse perplexe.

2.3.2 Ventes des librairies selon la région

La répartition par région administrative des ventes de livres neufs par les librairies montre sans surprise que ce sont dans les régions de Montréal (226,9 M$), de la Capitale-nationale (84,9 M$) et de la Montérégie (57,2 M$) où les ventes sont les plus élevées (tableau 14). À elles seules, ces trois régions regroupent 72,1 % des ventes en 2008, la même proportion qu'en 2007. Parmi celles-ci, seule la région de Montréal affiche une baisse de ses ventes de livres en 2008. En fait, ce recul de 9,7 M$ (ou 4,1 %) explique à lui seul la baisse des ventes de l'ensemble des librairies, qui est de 6,7 M$, même si la part de la région de Montréal n'est que de 44,3 %.

Figure 14
Ventes de livres neufs par les librairies selon le type de propriété, Québec, 2004-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

Les régions qui affichent les taux de croissance quinquennaux les plus élevés sont les Laurentides (13,1 %), Chaudière-Appalaches (11,3 %) et le Centre-du-Québec (10,0 %), tandis que les plus bas sont ceux de la Mauricie (2,7 %), de Montréal (2,1 %) et de l'Estrie (– 2,2 %).

Tableau 14

Ventes de livres neufs par les librairies[1] selon la région administrative, Québec, 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008	Variation 2007-2008	TCAM 2004-2008
			k$				%
Bas-Saint-Laurent, Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine	8 704,0	9 490,4	9 610,1	10 756,6	10 398,5	–3,3	4,5
Saguenay – Lac-Saint-Jean	9 044,3	9 878,1	9 461,5	10 089,4	10 233,2	1,4	3,1
Capitale-Nationale	69 019,1	72 332,8	74 302,8	80 237,9	84 865,1	5,8	5,3
Mauricie	11 856,1	13 059,3	11 962,7	13 343,3	13 180,8	–1,2	2,7
Estrie	19 335,4	19 668,8	19 821,1	19 041,6	17 724,4	–6,9	–2,2
Montréal	208 679,0	204 858,3	213 718,1	236 582,6	226 884,9	–4,1	2,1
Outaouais	10 485,3	13 464,6	13 918,1	14 985,8	15 293,0	2,0	9,9
Abitibi-Témiscamingue	4 690,9	5 258,7	5 368,7	6 027,2	5 347,3	–11,3	3,3
Côte-Nord, Nord du Québec	1 623,5	1 359,6	1 944,3	2 257,7	2 188,8	–3,1	7,8
Chaudière-Appalaches	6 948,3	8 175,9	9 253,2	10 797,3	10 651,5	–1,3	11,3
Laval	12 766,9	13 053,1	14 386,5	16 591,8	17 572,4	5,9	8,3
Lanaudière	10 679,1	11 642,6	12 966,1	13 836,5	13 320,9	–3,7	5,7
Laurentides	11 710,2	14 876,8	16 359,3	19 395,1	19 170,9	–1,2	13,1
Montérégie	40 405,9	44 093,7	49 376,6	57 168,0	57 213,3	0,1	9,1
Centre-du-Québec	5 423,3	5 588,7	6 717,9	7 535,3	7 927,3	5,2	10,0
Ensemble du Québec	**431 371,2**	**446 801,4**	**469 167,0**	**518 646,1**	**511 972,4**	**–1,3**	**4,4**

1. Comprend les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Le volume de vente dans chaque région dépend de plusieurs facteurs, dont la taille de la population. De même, les taux de croissance peuvent être affectés dans une certaine mesure par les changements démographiques. La prise en compte de la taille de la population permet donc de relativiser en partie les écarts entre les régions.

Les ventes de livres par habitant de l'ensemble des librairies du Québec en 2008 ont été de 66,06 $ en 2008, en baisse de 2,1 % par rapport à l'année précédente (tableau 15). Le TCAM de ces ventes est de 3,6 %, légèrement en deçà du TCAM des ventes des librairies (4,4 %).

Sans surprise, les régions administratives pour lesquelles les ventes par habitant sont les plus élevées sont celles qui vendent aussi le plus de livres en 2008 : Capitale-Nationale (124,79 $), Montréal (120,83 $). Il s'agit de la première année que la région de la Capitale-Nationale surclasse celle de Montréal à ce chapitre.

Tableau 15

Ventes de livres neufs par les librairies[1] par habitant, selon la région administrative, Québec, 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008	Variation 2007-2008	TCAM 2004-2008
			$			%	
Bas-Saint-Laurent, Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine	29,16	31,86	32,39	36,36	35,04	-3,6	4,7
Saguenay – Lac-Saint-Jean	32,67	35,94	34,52	36,95	37,22	0,7	3,3
Capitale-Nationale	103,93	108,51	111,11	119,18	124,79	4,7	4,7
Mauricie	45,70	50,24	45,95	51,17	50,28	-1,7	2,4
Estrie	64,83	65,42	65,85	62,92	58,17	-7,6	-2,7
Montréal	111,36	109,43	114,07	125,77	120,83	-3,9	2,1
Outaouais	31,03	39,26	40,36	43,00	43,45	1,1	8,8
Abitibi-Témiscamingue	32,30	36,32	37,06	41,60	36,66	-11,9	3,2
Côte-Nord, Nord du Québec	11,85	9,94	14,21	16,51	15,95	-3,4	7,7
Chaudière-Appalaches	17,64	20,67	23,31	27,08	26,50	-2,2	10,7
Laval	34,91	35,18	38,63	43,87	45,73	4,3	7,0
Lanaudière	25,69	27,34	29,89	31,30	29,41	-6,0	3,4
Laurentides	23,39	29,14	31,56	36,86	35,81	-2,8	11,2
Montérégie	29,79	32,14	35,70	40,93	40,43	-1,2	7,9
Centre-du-Québec	24,04	24,68	29,73	33,16	34,52	4,1	9,5
Ensemble du Québec	**57,24**	**58,93**	**61,48**	**67,48**	**66,06**	**-2,1**	**3,6**

1 Comprend les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Ces deux poids lourds sont suivis de loin par l'Estrie qui affiche des ventes par habitant 2 fois moins élevées, soit 58,10 $. À l'opposé, les régions où les ventes par habitant sont les plus faibles sont Lanaudière (29,41 $), Chaudière-Appalaches (26,50 $) et Côte-Nord, Nord-du-Québec (15,95 $).

Néanmoins, la région de Chaudière-Appalaches, malgré de faibles ventes par habitant, affiche le second taux de croissance le plus élevé, soit 10,7 % annuellement en moyenne.

Le taux de croissance le plus élevé revient à la région des Laurentides (11,2 %) tandis que la région du Centre-du-Québec occupe le troisième rang avec un TCAM de 9,5 %. Les taux de croissance les plus faibles sont ceux des régions de la Mauricie (2,4 %), de Montréal (2,1 %) et de l'Estrie (-2,7 %).

2.3.3 Ventes des librairies selon le type de région

L'analyse des ventes des librairies selon le type de région permet de tenir compte, au moins partiellement, de l'éloignement des grands centres dans la comparaison des régions entre elles. La catégorisation utilisée est celle du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.[14]

Il y a 4 types de région : les régions centrales, périphériques, intermédiaires et éloignées. Le tableau ci-dessous décrit la répartition des régions selon leur type.

Les librairies des régions centrales accaparaient la plus grande part des ventes de livres au Québec en 2004 avec 64,4 % des ventes (tableau 16). Cette forte proportion est toutefois en décroissance et elle atteint 60,9 % des ventes en 2008. Le TCAM des ventes des régions centrales est donc plus faible que celui de l'ensemble du Québec et il s'établit à 2,9 %.

Régions centrales	Capitale-Nationale, Montréal
Régions périphériques	Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Laval, Montérégie
Régions intermédiaires	Mauricie, Estrie, Centre-du-Québec, Outaouais
Régions éloignées	Bas-Saint-Laurent, Saguenay–Lac-Saint-Jean, Abitibi-Témiscamingue, Côte-Nord, Nord-du-Québec, Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine

Tableau 16

Ventes de livres neufs par les librairies[1] selon le type de région administrative, Québec, 2004 à 2008

	2004		2005		2006		2007		2008		Variation 2007-2008	TCAM 2004-2008
	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%	k$	%	%	
Centrales	277 698,1	64,4	277 191,1	62,0	288 020,9	61,4	316 820,5	61,1	311 750,0	60,9	–1,6	2,9
Périphériques	82 510,3	19,1	91 842,1	20,6	102 341,7	21,8	117 788,7	22,7	117 929,1	23,0	0,1	9,3
Intermédiaires	47 100,0	10,9	51 781,4	11,6	52 419,8	11,2	54 906,0	10,6	54 125,4	10,6	–1,4	3,5
Éloignées	24 062,7	5,6	25 986,8	5,8	26 384,6	5,6	29 130,9	5,6	28 167,8	5,5	–3,3	4,0
Québec	**431 371,2**	**100,0**	**446 801,4**	**100,0**	**469 167,0**	**100,0**	**518 646,1**	**100,0**	**511 972,4**	**100,0**	**–1,3**	**4,4**

1 Comprend les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 17

Ventes de livres neufs par les librairies[1] par habitant, selon le type de région administrative, Québec, 2004-2008

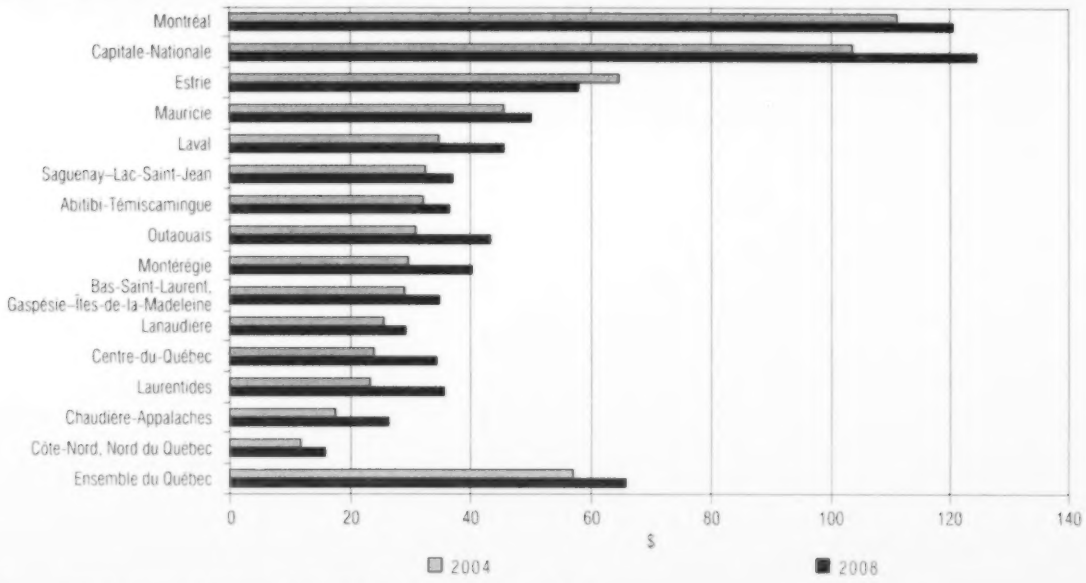
	2004	2005	2006	2007	2008	Variation 2007-2008	TCAM 2004-2008
			$			%	
Centrales	109,41	109,18	113,29	124,03	121,88	–1,7	4,3
Périphériques	27,21	29,87	32,96	37,49	36,97	–1,4	11,3
Intermédiaires	42,01	45,83	46,30	48,20	47,13	–2,2	4,7
Éloignées	28,06	30,42	30,95	34,25	32,95	–3,8	6,9
Québec	**57,24**	**58,93**	**61,48**	**67,48**	**66,06**	**–2,1**	**5,6**

1 Comprend les librairies (SCACCQ 15303) et certains détaillants de produits culturels à grande surface (SCACCQ 90301).

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

14 Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, Portraits régionaux, [En ligne], 2005, http://www.mccct.gouv.qc.ca/index.php?id=2384.

Figure 15
Ventes de livres neufs par les librairies par habitant selon la région administrative, Québec, 2004 et 2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

De leur côté, les librairies des régions périphériques ont accru leur part de 3,9 points de pourcentage, passant de 19,1 % à 23,0 %. Leur taux de croissance de 9,3 % est plus du double de celui de l'ensemble du Québec. Les régions les plus dynamiques à ce chapitre, Chaudière-Appalaches, Laurentides et Montérégie font partie de cette catégorie.

La forte croissance des ventes de livres dans les régions périphériques n'est pas sans rappeler le déploiement des complexes cinématographiques dans les banlieues au cours des années 1990 et le déplacement de l'assistance qui s'en est suivi. De la même manière, on pourrait supposer que l'ouverture de plusieurs librairies à succursales dans les centres commerciaux des banlieues entraîne le déplacement des ventes de livres vers celles-ci. Cette hypothèse reste à vérifier.

L'analyse des ventes par habitant révèle une distribution semblable. Les ventes par habitant des librairies des régions centrales passent de 109,41 $ en 2004 à 121,88 $ en 2008 pour un taux de croissance de 4,3 %, ce qui est légèrement inférieur à celui des ventes des librairies de l'ensemble du Québec (5,6 %). Les ventes par habitant des régions périphériques passent de 27,21 $ à 36,97 $, avec un TCAM exceptionnel de 11,3 %. L'écart entre le TCAM de ventes de livres et celui des ventes par habitant indique que la progression des ventes de livres dans les régions périphériques ne peut être expliquée entièrement par la croissance démographique de ces régions.

Conclusion

Tous les segments de la filière du livre ayant connu des reculs, il est difficile de déterminer précisément la cause de la baisse des ventes de livres en 2008. Notons tout de même la diminution de 11,3 M$ (13,5 %) des ventes de livres par les grandes surfaces, soit 51,9 % du recul. Il est vraisemblable qu'il s'agit plus simplement d'un essoufflement de la demande de livres après l'année de très forte croissance qu'a été 2007 (9,0 %). Par ailleurs, il est difficile d'attribuer ce recul au contexte de ralentissement économique qui est apparu à la fin l'année, puisque la plus grande part du recul s'est réalisée au cours du premier semestre de 2008.

L'analyse des taux de croissance de 2001 à 2008 et de l'évolution des parts de marché a révélé des tendances pouvant être sources de préoccupation. D'une part, sur le marché des librairies et des coopératives, les maisons de distribution québécoises perdent constamment du terrain par rapport aux fournisseurs étrangers. On sait que ces fournisseurs approvisionnent ce marché surtout de livres en anglais.

D'autre part, tandis que l'ensemble du marché est en expansion, sauf pour 2008 bien entendu, les librairies indépendantes, en excluant les coopératives en milieu scolaire, affichent des reculs fréquents depuis 2004. Il est trop tôt pour déterminer si cette tendance à la baisse ira jusqu'à remettre en question la survie de ce type de librairie, mais il n'y a pas de doute qu'est ainsi fragilisé un maillon important de la chaîne du livre, essentiel à la diffusion des livres du Québec.

L'augmentation de la part de marché des librairies à succursales reflète en partie l'évolution démographique du Québec. Le déplacement des populations vers les régions périphériques a contribué à l'établissement de nouveaux centres commerciaux, ou à l'expansion des anciens, vers lesquels se sont dirigées plusieurs chaînes de librairies. Le rythme de croissance des ventes de livres par habitant étant supérieur à celui des ventes, il est plausible que ce soit l'augmentation de l'offre qui ait entraîné la croissance des ventes.

Note méthodologique

- Le concept central de l'Enquête sur la vente de livres neufs (EMVL) est celui de « vente finale ». Par vente finale, on entend une vente à un particulier ou à un organisme pour son propre usage ou pour celui d'autres lecteurs et qui n'est pas destinée à la revente. Par exemple, les ventes finales des éditeurs ne comprennent pas les ventes effectuées par l'intermédiaire d'une maison de distribution ou d'une librairie. Par conséquent, les éditeurs ne sont pas questionnés sur leurs « ventes » aux distributeurs. De même, les ventes finales des distributeurs comprennent uniquement leurs ventes directes auprès des consommateurs et non les « ventes » aux librairies et au marché de la grande diffusion. L'usage systématique du concept de vente finale permet d'éviter les doubles comptes.

- L'enquête mesure la vente de TOUS les livres, peu importe leur langue. Les livres sont répartis en trois catégories : les manuels scolaires (livres destinés à l'enseignement préscolaire, primaire et secondaire), les livres didactiques (livres destinés à l'enseignement collégial et universitaire) et les livres de littérature générale (tous les autres livres : romans, livres pratiques, bandes dessinées, etc.).

- Les ventes du marché de la grande diffusion, soit celles des grandes surfaces (Zeller's, La Baie, Wal-Mart, Costco, Canadian Tire, etc.) et des autres points de ventes (papeteries, animaleries, kiosques à journaux, etc.) sont estimées à partir des ventes des distributeurs à ces points de vente. Autrement dit, les établissements de ce marché ne sont pas enquêtés directement, contrairement à tous les éditeurs, distributeurs et libraires du Québec.

- L'EMVL est un recensement mensuel effectué auprès de tous les éditeurs, distributeurs, librairies et coopératives en milieu scolaire du Québec. La non-réponse est traitée selon une méthode analogue à celles qui sont utilisées lors d'enquête par échantillon. Tous les établissements sont classés selon une strate déterminée par le volume de leurs ventes de la période précédente, et la moyenne des ventes de la même strate est imputée à l'établissement non répondant. Les établissements les plus importants sont considérés comme essentiels et tout est mis en œuvre pour qu'ils répondent à l'enquête. Aucune valeur imputée ne leur est attribuée.

Numéros déjà parus

01	Écrire ne fait pas vivre	Avril 2003
02	Qui sont les écrivains et les écrivaines du Québec?	Novembre 2003
03	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, entreprises et institutions en 2001-2002	Février 2004
04	Les professions de la culture et des communications au Québec	Février 2004
05	Les travailleurs du design au Québec	Février 2004
06	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2003	Mai 2004
07	Les organismes de représentation et de promotion du secteur de la culture et des communications	Septembre 2004
08	La fréquentation des spectacles en arts de la scène à l'automne 2003 et à l'hiver 2004	Janvier 2005
09	2004 : Une autre excellente année pour le cinéma québécois	Février 2005
10	Regard sur les imprimés, la télévision, le cinéma et le théâtre	Février 2005
11	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, entreprises et institutions en 2002-2003	Mars 2005
12	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2004	Mai 2005
13	La fréquentation des arts de la scène en 2004	Juin 2005
14	Les ventes de livres neufs au Québec, 2001-2004	Juin 2005
15	Augmentation des acquisitions d'œuvres d'art des musées, entreprises et institutions en 2003-2004	Décembre 2005
16	Profil des établissements spécialisés en production multimédia en 2003-2004 au Québec	Février 2006
17	Ventes d'enregistrements sonores au Québec de 2002 à 2004	Février 2006
18	De nouveaux sommets pour le cinéma québécois	Février 2006
19	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2005	Mai 2006
20	Les ventes des marchands d'œuvres d'art en 2001-2002	Juin 2006
21	Hausse importante des ventes de livres en 2005 et fléchissement des parts de marché du livre québécois en 2004	Juin 2006
22	La fréquentation des arts de la scène en 2005	Juillet 2006
23	Ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2005	Septembre 2006
24	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2004-2005	Novembre 2006
25	Portrait des distributeurs et diffuseurs exclusifs de livres au Québec	Décembre 2006
26	Les dépenses culturelles des municipalités	Février 2007
27	Essoufflement de l'assistance aux films québécois en 2006	Février 2007
28	Les dépenses culturelles des municipalités en 2005	Mai 2007
29	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2006	Juin 2007
30	Ventes de livres en 2006 : retour à la normale	Juin 2007
31	La fréquentation des arts de la scène au Québec de 2004 à 2006	Août 2007
32	Ventes d'enregistrement sonores au Québec de 2002 à 2006	Septembre 2007
33	La part de marché de l'édition québécoise rebondit en 2006	Décembre 2007
34	L'assistance aux films québécois diminue en 2007	Février 2008
35	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2005-2006	Février 2008
36	Public et touristes dans le réseau des institutions muséales du Québec	Mars 2008
37	La fréquentation des institutions muséales au Québec en 2007	Mai 2008
38	Les distributeurs de livres au Québec : un chiffre d'affaires de 239 M$ en 2005-2006	Juin 2008
39	Hausse de 9 % des ventes de livres en 2007	Juin 2008
40	Vente d'enregistrements sonores au Québec de 2002 à 2007	Septembre 2008
41	La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2007	Septembre 2008
42	En 2006-2007, les acquisitions d'œuvres d'art par les musées, les entreprises et les institutions ont diminué de 15 % par rapport à 2005-2006	Décembre 2008
43	Édition québécoise 2007 : exportations en hausse et baisse sur le marché national	Décembre 2008
44	Les dépenses culturelles des municipalités en 2006	Février 2009
45	Nouveau recul pour le cinéma québécois	Février 2009
46	Les distributeurs de livres au Québec : un chiffre d'affaires de 263 M$ en 2006-2007	Mars 2009
47	Étude exploratoire de l'offre et de la consommation culturelles au Québec de 2003 à 2007	Avril 2009
48	Projet de recherche sur des indicateurs culturels pour les municipalités québécoises	Mai 2009

statistiques en bref

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Ce bulletin est conçu par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Pour tout renseignement veuillez communiquer avec Benoit Allaire
(418) 691-2414, poste 3170 ou
benoit.allaire@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : 418 691-2414
Télécopieur : 418 643-4129
ISSN : 1708-9182 (version imprimée)
ISSN : 1715-6440 (en ligne)
© Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, 2003

Institut de la statistique Québec